

Affissioni SGA

Performance e qualità all'insegna della trasparenza

NOVITÀ Valori di performance SPR+



« Il cartellone pubblicitario è affascinante perché nessuno gli sfugge. Senza volerlo te lo ritrovi accanto all'improvviso e non puoi fare a meno di guardarlo. »

Niklaus Troxler, *1947,
cartellonista, Willisau/Svizzera

Un brand trae la sua forza . . . dall'essere visibile . . .



Indice

- 4 Il medium per una società mobile
- 7 La nostra filosofia mediatica
- 8 Popolari e innovativi
- 15 Territori e gruppi target
- 22 Prezzi calcolati sulla performance SPR+
- 22 www.sga.ch
- 23 Servizi e tool
- 24 In sintesi: solo vantaggi per voi

Fatti e numeri

L'affissione.

Lo scopo della comunicazione pubblicitaria è di rendere la marca un oggetto di desiderio nel destinatario del messaggio – e a chi gli sta vicino. Quale strumento si addice meglio a raggiungere tale obiettivo se non un mezzo pubblicitario di massa?

L'affissione SGA nel cuore delle città

Con le nostre reti arrivate nel cuore delle città svizzere, nel cuore della gente e nella mente del consumatore.

Abbiamo collocato i nostri spazi pubblicitari dove maggiore è la mobilità: nei luoghi pubblici, lungo le grandi vie di collegamento, nei centri urbani, accanto ai nodi stradali nevralgici, sulle piazze, nelle zone pedonali. Li abbiamo distribuiti in modo omogeneo sui territori target in Svizzera fino a raggiungere il cuore delle città e le stazioni city dove più intenso è il flusso di pendolari.

La presenza capillare nei centri urbani e l'ampia offerta di servizi ci rendono diversi dalle altre società di affissione:

- proponiamo spazi pubblicitari di grande prestigio in zone con elevata frequenza di pubblico e li integriamo con pensiline luminose, cabine telefoniche, piantine delle città e altri elementi di arredo urbano.
- i nostri strumenti vi aiutano a calcolare il media plan, ad appurare in tempo reale la disponibilità delle reti d'affissione, a visualizzare gli spazi pubblicitari e a verificare l'efficacia pubblicitaria con SGA Poster Performance Index PPI®... tutto senza costi aggiuntivi.

NOVITÀ Valori di performance SPR+

La trasparenza è il nostro credo. Ciò vale sia per la rete d'affissione nel suo insieme che per il singolo punto d'affissione – sulla base dei valori di contatto SPR+ rilevati con metodo scientifico e dei CPM¹ in linea con il mercato. Vi offriamo una gamma di soluzioni commisurate alla vostra strategia pubblicitaria. Non importa se il vostro obiettivo è ottenere un reach elevato e agire su larga scala oppure esercitare una forte pressione pubblicitaria e operare in profondità in determinate città. Qualunque sia la vostra scelta, vi mettiamo a disposizione i moduli appropriati a generare il maggior beneficio per voi.

Benvenuti.

¹ CPM = costo per mille: costo per 1 000 contatti con una rete d'affissione in un territorio target

400.000 passanti, pendolari, pedoni e automobilisti al giorno: 50.000 passeggeri quotidiani sulle linee urbane di Zurigo (VBZ) e 64 spazi pubblicitari luminosi al termine della più prestigiosa via commerciale della Svizzera. Inaugurata nel 2004, la più lunga pensilina d'Europa si trova sulla piazza antistante la stazione centrale di Zurigo ed è un esempio brillante di come finanziare un servizio pubblico tramite la pubblicità. La pensilina è frutto del progetto «Anni luce» dello studio di architettura Dürig AG e ha convinto la giuria indipendente per le sue qualità economiche, funzionali, il linguaggio formale, i pregi architettonici e urbanistici.

Il medium per una società mobile

Il manifesto pubblicitario è lo strumento più adatto a diffondere il messaggio tra la gente in continuo movimento.

Su nove persone residenti in Svizzera, ben otto si trovano ogni giorno *out of home*. Ciascuno di noi percorre in media 37 chilometri per una durata di quasi 88 minuti al giorno per recarsi a lavorare, a studiare, a far acquisti o semplicemente a trascorrere il tempo libero. Quasi la metà di questo tempo ricade sul traffico lento (a piedi, in bici).¹ A guadagnarne è l'affissione, perché è il più importante veicolo pubblicitario *out of home*. Facile da pianificare, semplice da verificare.



¹ Fonte: Ufficio federale di statistica, microcensimento 2005 sul comportamento nel traffico, pubblicato maggio 2007, www.statistica.admin.ch

«La Svizzera elegge una nuova capitale»: nel 2007 la campagna crossmedia di Affichage ha fornito un esempio brillante di come eBoard, telefonia mobile e internet possano interagire in complementarietà all'affissione impiegata come strumento di base altamente performante. I risultati della campagna sono stati discussi in una tesi di laurea presentata alla Facoltà di Psicologia Economica dell'Università di Zurigo. DVD con ricerca: www.sga.ch/publicizzazioni



Vi ricordate? – Dopo una campagna d'affissione di due settimane, nell'estate 1999 una sconosciuta «ragazza della porta accanto» acquista notorietà nazionale. Come rilevato da un'indagine su un campione rappresentativo, il 73% della popolazione ricordava «Angie Becker». Relazione: www.sga.ch/publicizzazioni

Vi forniamo performance pubblicitaria sotto forma di reti o campagne d'affissione modulate individualmente. In altre parole: potete scegliere di essere presenti ovunque, con una distribuzione geografica omogenea sul territorio target – e prenotare singoli spazi quando più ne avete bisogno.

Mezzo di massa di grande impatto

Ai cartelloni stradali non si sfugge. Vi siamo esposti di continuo, anche contro la nostra volontà, inesorabilmente, finché non catturano la nostra attenzione. Se il messaggio è troppo complesso, il «veicolo per eccellenza della mobilità» aiuta a spiegarne i contenuti e a rafforzare le altre campagne con l'elevata frequenza di contatti.¹

Territori target definiti con precisione

Definire e strutturare con accortezza i territori è un imperativo assoluto per noi. Operiamo sulla base delle regioni REMP in cui le città costituiscono la più piccola unità di rete prenotabile.

Gli spazi giusti al posto giusto

Selezioniamo i nuovi spazi d'affissione secondo precise direttive di qualità. L'approccio globale e l'arredo urbano di elevata qualità – pensiline luminose, cabine telefoniche, piantine della città – ci consentono di proporre spazi pubblicitari che altri non sono in grado di offrire. Collochiamo i vostri manifesti in modo omogeneo e capillare nel territorio target – in tutte le città della Svizzera, fino a raggiungerne il cuore, dove il flusso di pendolari pulsa con ritmo frenetico.

Performance: pianificazione e verifica

SPR+ permette di calcolare con precisione quali e quanti spazi servono per ottenere una data performance. Le nostre reti d'affissione sono definite in base alla frequenza di contatto e alla copertura netta, due elementi fonda-

mentali per garantire un'elevata efficacia pubblicitaria: il ricordo medio di una campagna d'affissione con reti SGA è del 51%.²

Reti SGA – interazione perfetta

Le nostre reti si compongono di spazi d'affissione posizionati nei luoghi più diversi: nel centro storico, vicino ai nodi stradali nevralgici, lungo le strade su cui frequenti sono le code di automobili, nelle stazioni City, nelle piazze e nelle zone pedonali, lungo le arterie principali fino a raggiungere le periferie residenziali. La complementarietà dei punti d'affissione genera la massima efficacia e concorre al successo della campagna pubblicitaria. Sulla base di quanto rilevato con metodi scientifici e con l'ausilio degli strumenti di pianificazione SPR+ Expert e SGAVis®, i nostri product manager allestiscono le reti come da voi richiesto, secondo le caratteristiche dei punti d'affissione³ e i territori target – a livello nazionale, regionale o locale.

Prenotazione trasparente degli indirizzi

Gli spazi pubblicitari, completi d'indirizzo, sono riservati in modo vincolante dal momento in cui vi confermiamo la prenotazione della rete. E vi forniamo le informazioni utili complete di dettagli: caratteristiche e prezzi del punto d'affissione, inizio e durata dell'affissione, condizioni valide per la vostra campagna. Il nostro nuovo internet tool InterMediaMap vi consente di visualizzare tutto ciò direttamente sul vostro schermo.

Aumento della pressione pubblicitaria

Le nostre reti garantiscono un elevato impatto. L'affissione dei manifesti inizia il mattino presto e si conclude in giornata nelle città nucleo e il giorno successivo nelle agglomerazioni.

I pregi delle nostre reti d'affissione

Le reti d'affissione SGA garantiscono una distribuzione omogenea sui territori target in Svizzera, fino nel cuore delle città.

- Le reti SGA
- generano reach elevati
- massimizzano la frequenza di contatti
- aumentano la notorietà
- offrono una copertura capillare
- evitano l'affollamento di spazi
- sono presenti con continuità
- producono un forte impatto
- riducono il CPM
- fanno risparmiare denaro
- incrementano la frequenza della clientela
- aumentano il fatturato
- supportano le vendite
- consolidano la posizione di mercato
- producono continuità
- rafforzano il brand

¹ Sull'efficacia pubblicitaria affissione/TV si veda tra gli altri: Das Plakat als TV-Booster, awk Aussenwerbung (D, 1999), Doppelt gesehen hält besser, DSM/DEGESTA (D, 1992), Adshel Superlites communicating with people on the move, More O'Ferrall (GB, 1989)

² SGA Poster Performance Index PPI®, dicembre 2007

³ Le caratteristiche del punto d'affissione sono le qualità peculiari del singolo spazio d'affissione: vie urbane, stazioni, centri commerciali, autosili.

Popolari e innovativi

I manifesti pubblicitari sono simpatici, hanno un'elevata visibilità e non sono invadenti.

Medium di tendenza

Da anni l'*out of home* – insieme alla TV – ha un tasso di crescita superiore alla media. La cartellonistica rappresenta il 16% della spesa pubblicitaria complessiva e fa della Svizzera un paese per eccellenza dell'affissione. La forza trainante di questo fenomeno è la capacità innovativa di SGA/Affichage.

Grande formato F24

Introdotta nel 2008, il nuovo manifesto F24 permette finalmente al grande formato di essere presente in modo capillare sul territorio nazionale. Con la sua superficie di sette metri quadrati, l'F24 garantisce un efficace mix se abbinato e integrato con i tradizionali formati orizzontali e verticali. Posizionato in punti prestigiosi, è illuminato frontalmente per mezzo di una nuova tecnologia LED senza dispersione cromatica e con un effetto analogo a quello di un manifesto luminoso (novità mondiale).

SGA Rollingstar

Dal 2004 sono presenti nelle stazioni RailCity e dal 2006 anche nelle vie urbane e nelle zone pedonali: gli impianti con manifesti luminosi che ruotano a cadenza regolare catturano l'attenzione e conferiscono visibilità maggiore alla vostra pubblicità rispetto ai supporti statici, grazie anche al sistema di retroilluminazione molto sofisticato. Non essendo tagliato, il manifesto può presentarsi in tutto il suo splendore. Collocati esclusivamente in punti molto frequentati nella city, i Rollingstar SGA si rivolgono al traffico misto urbano: pedoni, ciclisti e traffico motorizzato che procede lentamente.



Distribuzione omogenea e capillare nei più importanti centri economici della Svizzera: il nuovo grande formato F24 è un prodotto premium che soddisfa le esigenze più raffinate.



SGA Startower® – la più recente innovazione out of home in Svizzera. Questa elegante colonna pubblicitaria è utilizzata come supporto statico o dinamico per pubblicizzare prodotti di lusso come orologi, gioielli, profumi, cosmetici ecc.

Rollingstar200L® – maggiore visibilità grazie al rapido movimento di rotazione





RailCity HB Zurigo, atrio della stazione – il primo impianto Rollingstar nel formato orizzontale F12. Questo spazio pubblicitario retroilluminato di 3,5 metri quadrati si trova in uno dei punti più prestigiosi e frequentati in assoluto della Svizzera: accanto all'entrata principale allo ShopVille, in direzione Bahnhofstrasse, con una frequenza di oltre 200 000 pedoni al giorno.



Con un angolo di 45-90 gradi rispetto alla direzione di marcia e praticamente sempre punto d'affissione singolo: cattura l'attenzione dei pendolari che si recano nelle metropoli o nei centri urbani.



SGA Highwaystar F12: posizionato nelle immediate vicinanze dei raccordi autostradali ha un forte impatto sul traffico pendolare nei giorni feriali; il sabato e la domenica cattura l'attenzione di chi va a fare acquisti o a trascorrere il fine settimana fuori città. Due target caratterizzati da forte mobilità ed elevato potere d'acquisto.





Ultima possibilità per influire sulla scelta del consumatore: collocati vicino ai punti di vendita, i manifesti richiamano alla mente le cose già viste e incidono sulle decisioni d'acquisto del consumatore.

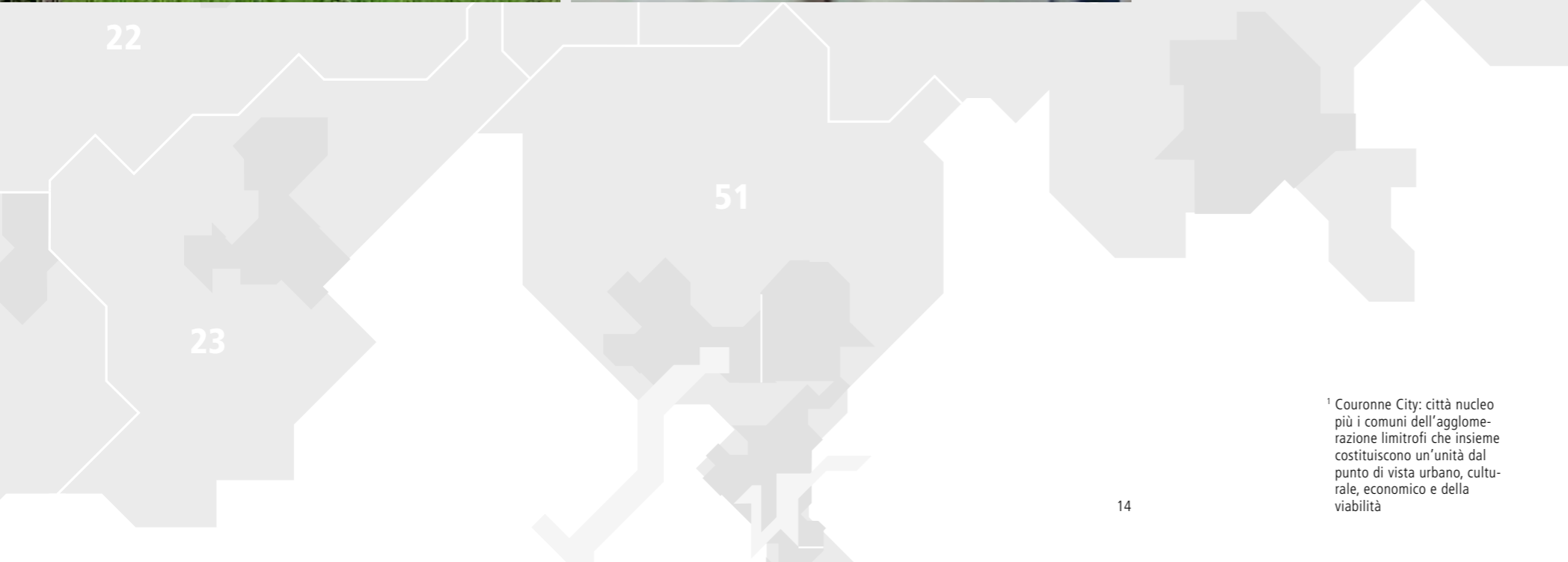
La stazione è il fulcro intorno al quale ruotano i trasporti pubblici: è luogo di transito, opportunità d'acquisto e occasione d'incontro per una società sempre più dinamica. È l'ambiente privilegiato per i manifesti pubblicitari capaci di catturare l'attenzione e promuovere le vendite.

L'affissione permette di concentrare gli interventi pubblicitari in modo puntuale sul territorio. Stazioni, edicole, centri commerciali, autosili e località turistiche rappresentano infinite opportunità per trasmettere il messaggio al destinatario o per esser presenti nei punti vendita di maggior richiamo.

I territori rilevanti per l'affissione sono classificati in zone di addensamento urbano (agglomerazioni), centri urbani (Couronne City¹) e regioni turistiche. Queste aree sono integrate con i classici tragitti di pendolari su strada e rotaia. A distinguersi per l'elevato flusso di pendolari sono in particolare i cosiddetti territori SGAMobility®: comuni limitrofi all'interno di un'agglomerazione caratterizzati dalla mobilità intensa e omogenea della popolazione che vi risiede.



Spazi pubblicitari lungo i tragitti quotidiani dei pendolari: definiti secondo i dati evinti dalla ricerca di base sull'affissione SPR+, i territori SGAMobility® si caratterizzano per l'elevato traffico misto. Gli spazi raggiungono chi viaggia in auto, moto o bici - chi usa i mezzi pubblici - chi va a piedi.



¹ Couronne City: città nucleo più i comuni dell'agglomerazione limitrofi che insieme costituiscono un'unità dal punto di vista urbano, culturale, economico e della viabilità



SBB CFF FFS

Lernen Sie das Walde hanna
www.abd.ch/entdecken

Entdecken Sie ur

Entdecken Sie die Urschweiz.

Abfahrt:	
17.30	ICN
17.32	IE
17.33	IE
17.34	IR
17.35	IR
17.36	IR
17.37	ICN
17.37	IE
17.38	

Target ambito: i pendolari in Svizzera sono ben 3,4 milioni su una popolazione attiva di 3,7 milioni. In altre parole: il 92% degli occupati non lavora nel comune di domicilio. I tratti distintivi del pendolare sono: di media o giovane età, istruzione elevata, lavoro ben retribuito.

Pour rompre la glace.

COOP
Pour moi et pour toi.

← CAISSES

Incrementare le vendite del 13% con l'affissione: una recente indagine conferma l'efficacia per accrescere il fatturato nel punto di vendita.

Fonte: Nielsen Media Research 2007, su incarico di awk Aussewettbewerb, Coblenza (D), www.awk.de, vedi anche *Fatti e numeri: Affissione nel punto vendita*, aletta in terza di copertina

Machen beliebt:
Die neuen Brillen «ZüriHorn».



GÖTTE
Optik an der Bahnhofstrasse

La progressiva mobilità di una popolazione in crescita costante privilegia l'affissione e la rende l'unico mezzo pubblicitario di massa capace di diffondere il messaggio fra tutti gli strati della popolazione.

Dati affidabili grazie alla rilevazione imparziale con l'impiego della tecnologia GPS: i prezzi dei nostri prodotti sono calcolati sulla frequenza di contatto del singolo spazio pubblicitario rilevata e ponderata in modo oggettivo tramite SPR+. Sviluppato da Swiss Poster Research Plus AG, il tool SPR+ Expert è uno strumento neutrale che consente di pianificare e verificare con grande professionalità le campagne d'affissione cross-media senza limitarsi alle singole società d'affissione. Nell'approntare le reti d'affissione per voi, facciamo ricorso anche a questo strumento.

www.spr-plus.ch

Bastano pochi clic per trovare quel che serve. Il sito www.sga.ch presenta tutto ciò che occorre sapere sulle affissioni: schede delle reti, offerte locali, informazioni sul mercato dell'affissione, storia della réclame, produzione dei manifesti – in italiano, francese, tedesco e inglese. Particolarmente utile: la ricerca a tutto testo abbraccia tutte le società del Gruppo Affichage.



Offerta e disponibilità

Sintesi dell'offerta complessiva sul territorio scelto e ricerca delle reti disponibili per la durata d'affissione desiderata

Strumenti per la pianificazione

SPR+ Expert: calcolare gli indici media basilari per la copertura individuale secondo i territori (reach, contatti, GRP, CPM e altro); SGA PosterCheck: strumento per visualizzare i manifesti nel formato desiderato con punti d'affissione virtuali; consigli e suggerimenti

Verifica dell'efficacia pubblicitaria

SGA Poster Performance Index PPI®: rilevamento del ricordo, identificazione della marca e gradimento tramite i classici post test

Affissioni in corso e archivi

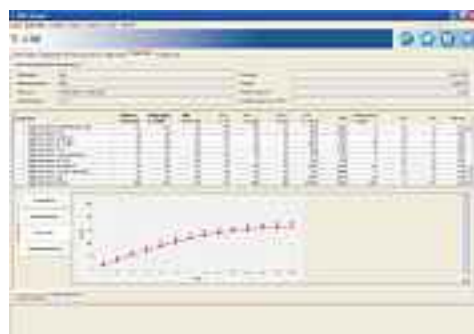
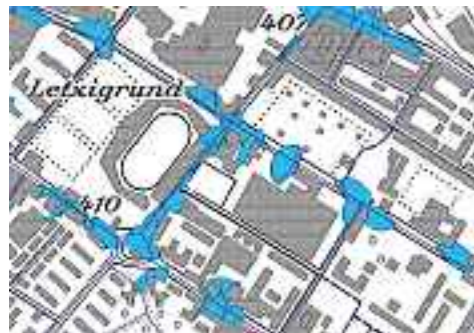
SGA Poster of the Week: campagne d'affissione in internet, concorso e fonte di ispirazione per creativi

Documentazione e stampati

Informazioni esaurienti, download e ordinazione gratuita della documentazione



La nuova ricerca di base svizzera SPR+ utilizza la tecnologia GPS per rilevare i percorsi e i tragitti delle persone e documentare la mobilità della popolazione. Equipaggiate di un mobilitymeter, le persone che collaborano nella ricerca sono monitorate per sette giorni consecutivi, da quando escono di casa finché vi rientrano. I dati vengono trasferiti in un sistema di informazione geografica che registra il contatto avvenuto tra persona e spazio pubblicitario, ponderandolo secondo il cono e il tempo di visibilità, l'ora del giorno e l'affollamento di spazi in un determinato punto. Lo strumento di pianificazione SPR+ Expert consente di calcolare i valori di performance individuali del singolo punto o di una campagna d'affissione.



NOVITÀ Trasparenza online con InterMediaMap

InterMediaMap permette di visualizzare la vostra campagna d'affissione con un semplice clic del mouse. Basato su Google Maps, l'applicazione di Affichage propone tutte le informazioni importanti – foto comprese – sugli spazi nazionali o internazionali acquistati in una delle società del Gruppo Affichage. Potete visualizzare virtualmente le vostre affissioni senza bisogno di installare un software sul vostro computer.

SGA utilizza InterMediaMap in combinazione con SGAVIS®, un'applicazione che visualizza gli spazi d'affissione sulle cartine digitalizzate dell'Ufficio federale di topografia. Introdotto nel 2000, il tool fornisce i dati precisi riferiti agli spazi per SPR+ e per la gestione dei prodotti SGA.

In sintesi: solo vantaggi per voi

Un manifesto ben riuscito ha un elevato benchmark comunicativo. Per non perdersi nel marasma dell'informazione, il messaggio pubblicitario deve essere semplice e incisivo. Se si soddisfa questa premessa, l'affissione si rivela uno strumento formidabile per diffondere o riposizionare in tempi brevissimi e su ampia scala la notorietà di un prodotto o di una marca.

L'affissione e la pubblicità sui trasporti pubblici ottengono un'attenzione elevatissima in Svizzera (67% rispettivamente 60%) e godono di un'ottima immagine in tutte le fasce sociali della popolazione. Con evidenti benefici per i nostri clienti: elevato gradimento e visibilità del veicolo pubblicitario significa percezione e impatto elevati. 500 campagne verificate con lo SGA Poster Performance Index PPI® documentano che una campagna d'affissione SGA mediamente forte, con un soggetto nella media, ottiene i seguenti indici: ricordo 51%, identificazione della marca 57%, gradimento 60%.¹

¹ Fonti:
– SGA Poster Performance Index PPI®, 31 dicembre 2007
– Il caso Transports publics de la région lausannoise, SGATraffic 2007
– Il caso Verkehrsbetriebe Zürich, VBZ TrafficMedia/SGATraffic 2003
– Ringier Romandie, Baromedia 1997–2002
– Youngcom! Jugendstudie '97 (Youngcom! Jugendmarketing, München, 1997)

SGA – un partner su cui contare

Reti d'affissione e spazi singoli con valori della performance SPR+

Prenotazione degli indirizzi dei punti d'affissione a partire dall'offerta

Strumenti di pianificazione, controllo e informazione

Identificazione degli spazi in base a specifiche caratteristiche del punto d'affissione: vie urbane, stazioni, centri commerciali, autosili ecc.

Trasparenza grazie al nuovo strumento online InterMediaMap e al tradizionale SGAVis®: indirizzi, caratteristiche, foto, prezzo ecc. per ciascuno spazio pubblicitario

Pianificazione settimanale grazie all'affissione variabile: 7, 14 o 21 giorni
Moduli media semplici e flessibili adattabili alle differenti strategie pubblicitarie

Grazie

della fiducia accordataci. Sarà per noi un piacere collaborare con voi.

SGA

Una società di Affichage Holding

Informazioni – www.

affichage.com

portale Gruppo Affichage

Svizzera

sga.ch

affissioni in Svizzera

sgamontagne.ch

pubblicità in montagna

sgatrafic.ch

pubblicità dinamica

bercher.ch

pubblicità negli aeroporti

ead.ch

pubblicità su schermo gigante LED

ecofer.ch

pubblicità esterna non-poster in stazioni

impacta.ch

affissioni nelle stazioni ferroviarie

paron.ch

big poster

sportart.ch

pubblicità stadi e manifestazioni sportive

Estero

Bosnia-Erzegovina

europlakat.co.ba

Bulgaria

europlakat.com

Grecia

affichage.gr

lastrada.com.gr

Italia

firstavenue.it

publifutura.it

Montenegro

europlakat.com

Romania

affichage.ro

Serbia

aqyu.com

Ungheria

europlakat.hu

Impressum

Editore: SGA Marketing
Progetto e testo: Jürg Sager, Lucerna
Adattamento italiano:
Marco Guasso, Obernau
Foto: Bruno Eberli, Horw
Grafica: Rolf Stocker, Lucerna
Composizione, lito, stampa:
UD Print AG, Lucerna

Tiratura
Italiano 800
Francese 1 300
Tedesco 6 000
Inglese 800

Stampato in Svizzera
su carta sbiancata senza cloro,
con colori offset ökoplus



Mix
Prodotti provenienti da foreste gestite in maniera corretta e responsabile secondo rigorosi standard ambientali, sociali ed economici
www.fsc.org | N. cert. SQS-COC-100038
© 1996 Forest Stewardship Council

2008 © Società Generale d'Affissioni SA
Tutti i diritti riservati

Cityplan200L®, Citystar200L®,
Poster Performance Index PPI®,
Rail Citystar200L®, Rollingstar200L®,
Rollingstar12L®, SGAMobility®,
SGA PosterAward®, SGATraffic®, SGAVis®
sono marchi registrati.

Mobilità

Mobilità in Svizzera

	2000	2005	Variazione
Popolazione residente	in 1 000 7 204	7 459	+ 4%
Popolazione attiva	in 1 000 3 704	—	—
– lavoro fuori del domicilio	in % 92	—	—
– lavoro fuori del comune di domicilio	in % 58	—	—
Chilometri passeggeri l'anno ¹	mln 106 641	119 014	+ 12%
Viaggiatori corse FFS	mln 222	276	+ 24%
Automobili	in 1 000 3 545	3 864	+ 9%

¹ All'incirca 80% traffico motorizzato privato e 20% mezzi pubblici (percentuale praticamente stabile dal 1975)

Fonti:

- Ufficio federale di statistica, censimento, enciclopedia statistica della Svizzera, parco veicoli in Svizzera, www.statistica.admin.ch
- UTRA, Servizio d'informazione per i trasporti pubblici, www.utra.ch
- Ferrovie Federali Svizzere FFS, www.ffs.ch

Distanza giornaliera 2005 per persona secondo il mezzo di trasporto¹

	in km	Distanza giornaliera in %	in min.	Durata dello spostamento ² in %
Totale	37,3	100	88,4	100
Autovettura (guidatore)	17,9	48	25,3	29
Autovettura (passeggero)	7,0	19	9,3	11
Treno	6,0	16	5,2	6
A piedi	2,1	6	35,1	40
Bus/tram/autopostale	1,7	4	4,6	5
Bici	0,8	2	4,2	5
Altri ³	1,8	5	4,7	4

¹ Media per tutti i giorni della settimana e persone intervistate (base = 33 000 persone con più di 6 anni d'età)

² Durata dello spostamento: durata del tragitto dal luogo di partenza al luogo d'arrivo senza tempi di attesa e di trasbordo

³ Motorino, moto, pullman, aereo, taxi, camion, battello, ferrovia di montagna

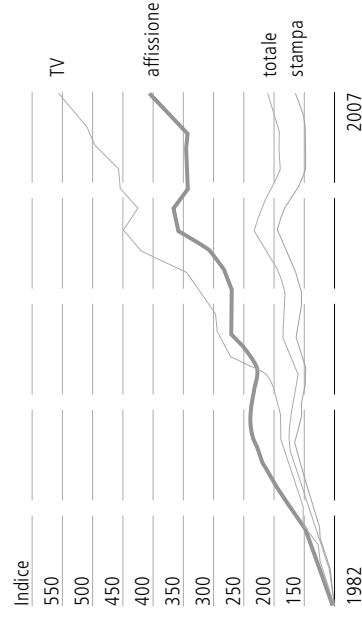
Fonte: Ufficio federale di statistica, microcensimento 2005 sul comportamento nel traffico, pubblicato maggio 2007, www.statistica.admin.ch

Dati media

Percentuali dei media in Svizzera

Evoluzione della spesa pubblicitaria per i media classici

	1982	2007
Totale	mln di CHF 1 817	Indice 100 min di CHF 3 787
Affissione	164	100
TV	115	100
Stampa	1 538	100



Fonte: Fondazione Statistica Pubblicitaria Svizzera, pubblicata 25 giugno 2008

Formati standard dei manifesti

Formato city	F200	F200/LR	F200P	F12	F12/LR	F12P	F24	F4
misura manifesto	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	268,5
parte visibile	170	170	166	170	128	128	123,5	128
altezza	116,5	119	116	116,5	268,5	268,5	264	